الإعـلام التربـوي وتطبيقاته في المؤسسات التعليمية

The Educational Media and its applications in the educational institutions

عامر محمد الضبياني[1]، جامعة ذمار، اليمن
Aamer Mohamed Aldbyani, Thamar University, Yemen
aameraldbyani@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2019/01/31 تاريخ القبول: 2019/03/01 تاريخ النشر: 2019/03/31

ملخص

هدفت الدراسة الى التعرف على ماهية الإعلام التربوي وتطبيقاته في المؤسسات التعليمية، ولتحقيق هدف الدراسة أعتمد الباحث المنهج الوصفي الوثائقي لاستقراء الدراسات السابقة والمؤتمرات والكتب والمقالات العلمية من أجل الإجابة عن التساؤلات التي طرحتها الدراسة والوصول إلى تحقيق أهدافها. وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

-برز الإعلام التربوي كإعلام متخصص بمجال التربية والتعليم في منتصف القرن الماضي، وتتمثل مهمته الرئيسية في استثمار وسائل الإعلام العامة والمتخصصة وتوظيفها بما يسهم في تحقيق الأهداف التربوية المنشودة.

-يعد الإعلام التعليمي جزء من الإعلام التربوي، وأحد أهم تطبيقاته العملية التي تسهم بشكل كبير في خدمة العملية التعليمية وتحقيق الأهداف التربوية التي أنشئت من أجلها المؤسسة التعليمية.

-يشكل الإعلام المدرسي الجانب التطبيقي للإعلام التربوي، وفرعا من فروع الإعلام التعليمي، ونشاطا هاما يساعد في تحقيق الأهداف التربوية العامة على مستوى المدرسة.

-الإعلام الجامعي مستوى متقدم من مستويات الإعلام التربوي وتطبيقاته في المؤسسات التعليمية، إذ يمثل أهم مؤسسة تعليمية (الجامعة) تقع على رأس الهرم التعليمي.

الكلمات المفتاحية: *الإعلام التربوي، الإعلام التعليمي، الإعلام المدرسي، الإعلام الجامعي.*

Abstract

This study came to shed light on the educational media applications at the educational institutions. The researcher adopted the descriptive documentary approach, because it is consistent with the nature of study and the dimensions and objectives, to gathering information from the articles and research and theses, books, author and translator for educational media.The study has reached a number of findings, the most significant of which are the following:

-Educational media as a specialist media for the field of education, started in the middle of the last century.

-The educational media contributes significantly to achieve the goals of educational process in the educational institutions.

-School media is a applied side of media educational at the level of the school.

- University media is the advanced level of educational media at the educational institutions.

Keywords: *Educational media, school media, university media.*

[1] المؤلف الرئيسي: عامر محمد الضبياني، رئيس المنظمة اليمنية للدراسات والتنمية – جامعة ذمار، اليمن.

مقدمة

تحتل وسائل الإعلام مكانة متميزة فى واقعنا المعاصر انطلاقا من طبيعة وظائفها وادوارها وتأثيرها على الفرد والمجتمع؛ ونتيجة لاتساع مجالات اهتمام الإعلام لمختلف جوانب الحياة، والتطورات المتسارعة في كافة مجالات المجتمع، وانتشار التعليم وأتساع مجالاته بشكل غير مسبوق، وازدياد الحاجات الإعلامية للشرائح المتعلمة والمثقفة المتعددة والمختلفة، ظهر مفهوم الإعلام المتخصص للتعبير عن الحياة في مجال تخصص معين (عباس، 37:2014)، حتى أصبح الإعلام المتخصص علامة من علامات انتقال المجتمعات من المرحلة التقليدية إلى مرحلة أكثر تطورًا، وانتقال الممارسة الإعلامية من الشكل التقليدي إلى شكل أكثر عصرية، يتسم و يحترم التخصص في مختلف المجالات (عمر، 1997: 22).

ولوسائل الإعلام مميزات عدة لا تتمتع بها غيرها من الوسائط التربوية الأخرى، فهي تقدم خبرات ثقافية متنوعة ونماذج سلوكية؛ كما أنها تنقل إلى الأفراد خبرات ليست في مجال تفاعلاتهم البيئية والاجتماعية المباشرة، وتتعرض للكثير من القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية؛ مما يجعلها ذات تأثير كبير على الفرد، ووسيلة مهمة من وسائل التربية المستمرة (الخطيب، 2004: 178).

والعلاقة بين التعليم والإعلام علاقة حميمة، فكلما كان الإعلام صادقا، نال ثقة المجتمع وكانت رسالته في التنمية اقوى والعكس صحيح، مما ضاعف من تأثير وسائل الإعلام تداخل وظائفها مع مؤسسات المجتمع، وفى مقدمتها المؤسسات التربوية والتعليمية، والتي تعد من أهم المؤسسات التي ينبغي عليها ان تعنى بوسائل الإعلام وتدرك اهميتها وتعمل على الاستفادة من كثير من برامجها التي تهدف إلى تنشئة الأجيال وتنمية معارفهم وبناء توجهاتهم وقناعاتهم على نحو إيجابي يسهم في تنمية المجتمع واستقراره وازدهاره (المليكي، 2015: 3).

ولما للدور الإعلامي التربوي المتخصص من قوة في تكوين المنظومة التعليمية من خلال تزويد الأفراد بالمعلومات والمعارف في المجالات المختلفة والاتجاهات والقيم، ولأهمية الإعلام التربوي في تحقيق التفاهم والتكامل بين الطلبة وعناصر العملية التعليمية من جهة، أو بين مؤسسات التعليم المختلفة والمسئولين عن التربية من جهة أخرى بما يضمن تحقيق الأهداف المنشودة، بات على المؤسسات التعليمية أن تعي ماهية الإعلام التربوي وتطبيقاته في مؤسسات التعليم المختلفة، وهذا ما تتناوله الدراسة بشيء من التفصيل كمحاولة جادة لتقديم خلفية نظرية لتطبيقات الإعلام التربوي في المؤسسات التعليمية.

أولا: الإطار العام للدراسة:

1/1 مشكلة الدراسة:

تعددت وجهات النظر فيما يتعلق بمفهوم الإعلام التربوي، نظرا لحداثة المفهوم من جهة، وقلة الدراسات العلمية التي تناولت هذا الموضوع من جهة أخرى؛ حيث يحصر البعض مفهوم الإعلام التربوي في كل ما يتعلق بالمجال المدرسي، فيما ينظر إليه البعض الآخر على أنه مفهوم أشمل يتعدى حدود المؤسسة المدرسية، ويشرك فيه كافة مؤسسات التنشئة الاجتماعية والتعليمية وعلى رأسها الجامعة؛ ولأن الممارسة الإعلامي للإعلام التربوي في المؤسسات التعليمية لن تستطيع التخلص من سلبياتها ما لم تستند على أساس نظري، يمثله التأصيل العلمي لمفهوم الإعلام التربوي وتطبيقاته في المؤسسات التعليمية.

وهذا ما تحاول هذه الدراسة الإسهام في تحقيقه، من خلال الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي: ما تطبيقات الإعلام التربوي في المؤسسات التعليمية؟

2/1 أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الاجابة عن الأسئلة الآتية:

- ما ماهية الإعلام التربوي؟
- ما أبرز تطبيقات الإعلام التربوي في المؤسسات التعليمية؟

2/1 أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- التعرف على ماهية الإعلام التربوي.
- إلقاء الضوء على تطبيقات الإعلام التربوي في المؤسسات التعليمية.

3/1 أهمية الدراسة:

- تسهم الدراسة في تأصيل مفهوم الإعلام التربوي من خلال الدراسة العلمية المنهجية للمفهوم؛ الأمر الذي سينعكس بدوره على الممارسة الإعلامية له في المؤسسات التعليمية المختلفة.
- تشكل النتائج التي تتوصل إليها الدراسة إضافة نظرية تسهم في استكمال مفهوم الإعلام التربوي لمستلزماته النظرية، من خلال توضيح ماهية المفهوم ومستوياته وتطبيقاته في المؤسسات التعليمية.

4/1 منهجية الدراسة:

يعتمد الباحث مدخل الدراسات الوثائقية وهو أحد مداخل المنهج الوصفي لاستقراء الدراسات السابقة والمؤتمرات والكتب والمقالات العلمية من أجل الإجابة عن التساؤلات التي طرحتها الدراسة والوصول إلى تحقيق أهدافها.

ثانيا: الإعلام التربوي (مفهومه، وأهدافه، ووظائفه، وأسسه، ومجالاته).

ظهر مصطلح الإعلام التربوي حديثاً، فلم يكن معروفاً في محيط الكتابات العلمية التربوية وكان ظهوره كمصطلح علمي بين المتخصصين عندما بدأت المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم تستخدمه في أواخر السبعينات من القرن الماضي (إمبابي، 2007: 14)، ومع التطور التقني الهائل الذي طرأ على وسائل الإعلام خلال الثلاثة العقود الأخيرة، والذي تمثل في الغاء الحواجز الزمانية والمكانية من خلال تقنية البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية والإعلام الالكتروني، تطور مفهوم الإعلام التربوي، وأمتد ليشمل وسائل الإعلام العامة وواجباتها لتحقيق الأهداف التربوية المنشودة (المطيري، 2009: 13)، ويمكن تناول ماهيته لتوضيح مفهومه وأهميته ووظائفه ومجالاته على النحو الآتي:

1/2 مفهوم الإعلام التربوي.

يعرف (البدر, 1992: 41) الإعلام التربوي بأنه: "المحاولة الجادة للاستفادة من تقنيات الاتصال وعلومه من أجل تحقيق أهداف التربية من غير تفريط في جدية التربية وأصالتها أو إفراط في سيطرة فنون الاتصال وإثارته عليها". فيما يرى (سعد الدين, 1995: 9) بأن الإعلام التربوي: "رسالة تصدر من مؤسسات تربوية وإعلامية من شأنها تحقيق الأهداف التربوية".

أما (عقيل, 1997: 23) فيعرفه بأنه: "مجموعة من الجهود المنظمة التي تقوم بها مؤسسات أو هيئات أو قطاعات معينة في شكل برامج إذاعية أو صحفية أو ندوات أو مناظرات أو مؤتمرات أو نشرات أو محاضرات، بغرض إحداث تأثير في الرأي العام لدى الجماهير داخل المجتمع ونشر الوعي لديهم وفهم الواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي على المستويين المحلي والعالمي". ويعرفه (المليكي، 2015: 30) بأنه: "الجهد المنظم التي تقوم به المؤسسات التربوية والتعليمية من خلال وسائل الإعلام التربوي بغرض توعية الناشئة في مختلف جوانب التنمية وتحصينهم من القيم والأفكار والآراء التي تتنافي مع عقيدتنا وقيمنا الإسلامية". وترى (القحطاني، 2006: 34) بأن ما يشار إليه بالإعلام التربوي هو في الأساس إعلام متخصص في مجال التربية بشكل عام، ومجال التعليم بشكل خاص.

ومما سبق يمكن تعريف الإعلام التربوي بأنه ذلك الإعلام المتخصص الهادف إلى استثمار وسائل الإعلام العامة والمتخصصة وتوظيفها التوظيف الأمثل بما يسهم في تحقيق الأهداف التربوية المنشودة.

2/2 أهمية الإعلام التربوي.

يعد الإعلام التربوي أحد أبرز الوسائل التربوية الحديثة؛ وأهم شرايين العملية التعليمية التربوية، إذ تتجلى أهميته لدوره في تعريف الناشئة بالعقيدة الإسلامية ديناً ومنهجاً وشريعة، وتحقيق النمو الشامل للناشئة، ومساعدتهم على التكيف، وتنمية الاتجاهات الإيجابية في المجتمع، وتزويد الأفراد بالمعلومات والمعارف في المجالات المختلفة والاتجاهات والقيم, ودوره في دعم البحث العلمي وتعزيز التعاون وتبادل الخبرات، وإبراز الجوانب الإيجابية وتشجيع المواهب وتنمية حب الوطن والانتماء إليه (رفاعي، 2008: 26-28).

وترى (القحطاني، 2006: 36–38) أن لوسائل الإعلام التربوي دور رئيسي في الكثير من مجالات العملية التربوية، حيث تعمل تلك الوسائل على تحقيق الآتي:

- إشباع الكثير من حاجات الطلاب، وإثارة اهتماماتهم نحو موضوعات الدراسة.
- إثراء الخبرات المقدمة، مما يؤدي إلى تعلم مستمر مؤثر.
- تنمية قدرات الطلبة على التأمل ودقة الملاحظة وأتباع التفكير العلمي في حل المشكلات.
- التنوع في أساليب التعزيز، وتثبيت الاستجابات الصحيحة، كاستخدام أسلوب التعليم المبرمج، والحاسب الآلي.
- تعديل السلوك، وتكوين الاتجاهات المتماشية مع التغيرات المرغوبة في المجتمع.

3/2 أهداف الإعلام التربوي.

يسعى الإعلام التربوي إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- المشاركة في غرس العقيدة الإسلامية ونشرها، وتزويد المتلقين بالقيم والتعاليم الإسلامية، والمثل العليا، وتنمية الاتجاهات السلوكية البنّاءة، والنهوض بالمستوى التربوي والفكري والحضاري والوجداني للمتلقين.
- المحافظة على التراث التربوي الإسلامي ونشره، والتعريف به وبرجالاته وجهودهم التربوية والعلمية.

- تنمية اتجاهات فكرية تُسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي وتحقق تكوين الضمير الذي يوجه سلوك الفرد في الحياة، ويعزز الضبط الاجتماعي لدى الفئات الطلابية.
- المشاركة في نشر الوعي التربوي على مستوى القطاعات التعليمية المختلفة، وعلى مستوى المجتمع بوجه عام، والأسرة بوجه خاص.
- التنسيق بين المؤسسات التربوية والمؤسسات الإعلامية، سعياً لتحقيق التكامل في الأهداف والبرامج والأنشطة.
- التغطية الموضوعية لمختلف جوانب العملية التربوية والتعليمية، وتوثيق نشاطاتها.
- تبني قضايا ومشكلات التربية والتربويين والطلاب ومعالجتها إعلامياً.
- التعريف بالتطورات الحديثة في مجالات الفكر التربوي، والتقنيات التعليمية والمعلوماتية، وتشجيع البحوث في مجال الإعلام التربوي. (الخطيب، 2004: 14)

4/2 وظائف الإعلام التربوي.

يحقق الإعلام التربوي مجموعة من الوظائف التي أشار إليها (رفاعي، 2008: 32-34) على النحو الآتي:

- الوظيفة الإعلامية: وتتضمن جمع وتفسير البيانات والمعلومات والصور والتعليقات والحوارات ومعالجتها بما يساعد على فهم الظروف الشخصية والبيئية وتأثيرها على الفرد والمجتمع.
- وظيفة التثقيف: وهي من خلال نشر المعرفة والمعلومات والتجارب والأفكار ونقل التراث الثقافي والاجتماعي وتثقيف الناشئة في المجالات الثقافية المختلفة، سوآ كان ذلك التثقيف عارضاً أو مقصوداً.
- خلق الدوافع والحوافز: وذلك من خلال تشجيع التطلعات الفردية والجماعية والمساعدة على إنجاز الأعمال وتحقيق الطموحات المختلفة للناشئة وخاصة فيما يتعلق بالرضا وتقدير الذات والاستقرار النفسي والاجتماعي.
- تحقيق التفاهم والتكامل: وذلك من خلال تحقيق التفاهم والتكامل بين التلاميذ انفسهم والتلاميذ وعناصر العملية التعليمية بالمدرسة، او بين مؤسسات التعليم المختلفة والمسئولين عن التربية وبما يدعم التفاهم بينهم ويحقق تكامل الجهود وصولا إلى الغايات المرجوة.
- غرس الاتجاه الديمقراطي: وذلك من خلال الحوار والتفاعل، حيث لوسائل الإعلام دور كبير في عملية التعارف الاجتماعي وزيادة احتكاك الجماهير بعضهم بالبعض الآخر.
- العمل على خدمة المجتمع: وذلك من خلال التعرف على متطلبات الحياة العصرية ومجالاتها المختلفة سعيا نحو الاسهام في تلبية احتياجات المجتمع ونشر المعرفة والوعي في اوساط الجميع.

5/2 أسس الإعلام التربوي.

يرى (عمر, 1996، 35) كما أورده (المليكي، 2015، 34) أن الأسس التي يقوم عليها الإعلام التربوي تتمثل بالآتي:

- الالتزام بالإسلام وتصوراته الكاملة للكون والإنسان والحياة.

- الارتباط الوثيق بتراث أمتنا وتأريخها وحضارة ديننا الإسلامي، والاستفادة من سير أسلافنا العظماء وآثارنا التاريخية.
- تعميق عاطفة الولاء للوطن من خلال التعريف برسالته والمحافظة على ثرواته ومنجزاته.
- التركيز على أركان العملية التعليمية، المعلم والمعلمة، الطالب والطالبة، المدرسة، المنهج الأسرة والمساهمة في التعريف بأدوارها، وواجباتها، وحقوقها.
- التأكيد على أن اللغة العربية هي الوعاء الرئيسي للخطاب الإعلامي التربوي ومستودع ثقافته.
- الالتزام بالموضوعية في عرض الحقائق، والبعد عن المبالغات والمهاترات، وتقدير شرف الكلمة.
- التفاعل الواعي مع التطورات الحضارية العالمية في ميدان التربية والعلوم والثقافة برصدها، والمشاركة فيها، وتوجيهها بما يعود على المجتمع خاصة، والإنسانية عامة بالخير والتقدم، وفق تصورات العقيدة الإسلامية.
- يتعاون جهاز الإعلام التربوي مع المؤسسات التعليمية والاجتماعية بما يحقق رسالته السامية.

6/2 مجالات الإعلام التربوي.

تتنوع مجالات الإعلام التربوي وبرامجه بتنوع مجالات التربية الشاملة من أجل تحقيق التربية المتكاملة للفرد والمجتمع، وإحداث التوازن بين الإنسان والكون والحياة، وقد حدد (الذيفاني، 2006: 55-73) و(المليكي، 2015: 37-38) تلك المجالات والبرامج بالآتي:

- المجال القيمي: وهو مجال يستهدف تطبيع الناشئة والمجتمع بقيم المجتمع ومثله وعقيدته سعيا إلى تحويل هذه القيم إلى سلوك وممارسات يوميه على الصعيد الفردي.
- المجال الوقائي: وهو مجال يستهدف تحصين الشباب بواسطة برامج وقاية تحمل مضامين ومفاهيم تحول دون وقوع الفرد والمجتمع في حبائل التأثيرات السلبية الفكرية والعقدية والسياسية والثقافية والصحية وما شابه ذلك.
- المجال البيئي: وهو مجال يستهدف إحداث تكيف بين الفرد وبيئته من جانب وتحقيق الوعي البيئي في حماية البيئة وتنمية مواردها، وتوظيف خيراتها في التنمية الشاملة.
- المجال الإرشادي: وهو مجال يعمل من خلاله الإعلام التربوي على بث موجهات اجتماعية وتربوية وإرشاد نفسي للفرد والمجتمع، بهدف تحقيق حسن التوجهات والتحلي بالصحة النفسية والتربوية والاجتماعية في الشخصية الفردية والمجتمعية.
- المجال المعرفي: ويعنى بالتنمية المعرفية والعلمية ويسعى إلى أن يكون رديفا للعملية التعليمية بواسطة برامج تعليمية وأخرى ذات صلة بالمناهج التعليمية وبرامج علمية معرفية خارج المنهج.
- المجال القانوني: وهو مجال يعنى بتنمية الوعي القانوني وتأسيس معرفة واعية مدركة بالدستور والقوانين النافذة التي توجه الحياة في المجتمع وتوجه حركة الفرد والمجتمع والدولة ومؤسساتها في اتجاه التعايش والسلام الاجتماعي، وبيان ميزان الحقوق والواجبات بواسطة البرامج التي تعنى بذلك وتسهم في تأصيل معاني المواطنة وتوجيه سلوك الأفراد والجماعات.

- المجال الاجتماعي: وهو مجال يخصص في سياقه برامج اجتماعية تستهدف الحلقات الاجتماعية ودوائرها المختلفة بهدف تحقيق التنمية الاجتماعية.
- المجال السياسي: وهو مجال يستهدف تنمية الوعي السياسي وممارسة الحقوق السياسية بإدراك تام للحقوق والواجبات وفهم دقيق للمصطلحات والمفاهيم المتداخلة وذات الصلة بالعمل السياسي مثل الحرية والديمقراطية والانتخابات والتعددية السياسة.
- المجال الوطني: وهو مجال يعزز الانتماء للوطن ويستهدف التأكيد على المواطنة وأبعادها وأهمية التحلي بمعانيها والالتزام وتأصيل روح التضحية لأجل حماية الوطن ومكتسباته وسيادته على قراره وموارده وثرواته وخصوصيته وتطلعاته إلى غد أكثر رخاءً واستقراراً.
- المجال القومي: وهو يعنى بتنمية الوعي القومي على قاعدة الانتماء إلى أمة واحدة تجمعها حزمة من العناصر التي تشكل بمجموعها الشخصية القومية للفرد والامة.
- المجال الإنساني: وهو مجال يسعى الإعلام التربوي فيه إلى بيان المعاني الإنسانية والتأكيد على أهمية احترام الأخر والتعامل معه التعامل الذي يحفظ حقه ويحترم خياراته.

7/2 متطلبات نجاح الإعلام التربوي:

هناك العديد من الأمور التي ينبغي أخذها بعين الاعتبار من اجل نجاح الإعلام التربوي تتمثل بالاتي:

- تحديد المرحلة الدراسية تحديدا دقيقا، وتناسب برامج الإعلام التربوي لهذه المرحلة وخصائصها، و أن تقدم باللغة المناسبة لها.
- يأتي نجاح العمل الإعلامي التربوي إذا تحقق السلوك القويم وحسن الاستجابة، وتم توضيح ما يعرض، وفهمه لدي الطلاب و تقديم معلومات واقعية تعالج شئون حياتهم.
- وسائل الإعلام التربوي داخل المدرسة أو الجامعة لن تحقق الهدف منها إلا بمراعاة المستوي الفكري والإدراكي للطلاب.
- برامج الإعلام التربوي كبرامج مبتكرة لابد أن يوضع لها الأساس العلمي، وأن يكون الأخصائيون هم الدعامة الأولى للنهوض بتلك البرامج.
- المؤسسات التربوية لابد أن تقدم الدعم اللازم لتلك البرامج من خلال تكليفها بتدريس الدراسات الإعلامية في مناهجها الدراسية، وتحديد محتوى هذه المناهج والوسائل اللازمة للنهوض بها.
- المناطق التعليمية في حاجة إلى وجود خبراء ومستشارين في مجال الإعلام التربوي لمتابعة تطبيق برامجه في المدارس، بالإضافة إلى تأسيس عدد من شبكات الاتصال لتحقيق ذلك الهدف في المستقبل.
- الإعداد لبرامج التدريب بالمدارس أو الجامعات في المراحل التعليمية المختلفة، جزء مكمل للارتقاء بهذه البرامج.
- توفير الوسائل اللازمة لتحقيق الإعلام التربوي يعد أحد متطلبات نجاحه. (المليكي، 2015: 44)

ثالثا: تطبيقات الإعلام التربوي في المؤسسات التعليمية.

صنف (المليكي، 2009: 92) الإعلام التربوي ثلاثة مستويات هي (الإعلام التربوي العام، والإعلام التعليمي، والإعلام المدرسي)، ويضيف (الضبياني، 2018، 49) مستوى رابع هو الإعلام الجامعي باعتباره مستوى متقدم من مستويات الإعلام التربوي يمثل أعلى مؤسسة تعليمية تقع على رأس الهرم التعليمي. ويقصد بالإعلام التربوي العام تلك البرامج التي تبذل على المستوى المجتمعي في سياق الإسهام في التنمية الشخصية الوطنية المتوازنة والتي لا يمكن تحقيقها الا بواسطة مؤسسة تعليمية يقضي فيها الناس ساعات محدودة؛ لذلك سنكتفي بتناول ثلاثة مستويات فقط هي الإعلام التعليمي، والإعلام المدرسي، والإعلام الجامعي، باعتبارها أهم تطبيقات الإعلام التربوي ونماذجه في المؤسسات التعليمية وذلك على النحو الآتي:

1/3 الإعلام التعليمي.

فرض التطور التكنولوجي مظهرا مهما من مظاهر التكامل بين الإعلام والتربية حتى أصبح الإعلام محورا من محاور العملية التعليمية، وتم إدراج الإعلام التربوي ضمن التخصصات التربوية المنتشرة في المؤسسات التعليمية (حمدان، 2004: 47)؛ كما يقع على عاتق الوسائل الإعلامية في المؤسسة التعليمية مسؤولية كبيرة تجاه الطلبة المتعلمين، حيث يبقى التعليم الذي يعطى لهم في المدرسة أو الجامعة قاصرا أذا لم تسهم تلك الوسائل بدورها المهم في خدمة العملية التربوية والتعليمية (الرعوي، 2014: 54)، ويرى (البدر، 1999: 18) أهمية المواءمة بين التعليم والإعلام لضمان صياغة سلوك البشر بشكل متوازن؛ ويمكن تناول مفهوم الإعلام التعليمي وأهدافه ووظائفه ووسائله على النحو الآتي:

1/1/3 مفهوم الإعلام التعليمي.

يقصد بالإعلام التعليمي كل ما تصدره وسائل الإعلام من صحف ومجلات وبرامج تعليمية مستهدفة المعلمين أو الطلبة وغيرهم من عناصر العملية التعليمية (رجب، 1989: 89).

ويعرفه (الذيفاني، 2006: 46) بأنه: "التعبير الموضوعي عن الحقل التعليمي في سياق التنمية العلمية من خلال برامج تعليمية في مختلف مجالات العلم والمعرفة، وتنمية المهارات عبر وسائل الإعلام المختلفة".

ويعرفه (الدريس، 2004: 2) بأنه: "ذلك النوع من الإعلام الذي يحمل في طياته ملامح الإعلام التعليمي والذي يحصر رسائله الإعلامية فيما يهم العاملين في المجال التعليمي، بما يسهم في تنمية العلاقة بين أطراف العملية التعليمية."

وللتفريق بين الإعلام التعليمي والإعلام التربوي يرى (رجب، 1989، 127) بأن مفهوم الإعلام التعليمي يقتصر على الوسائل الإعلامية المتخصصة في خدمة مجالات التربية والتعليم؛ بينما يتسع مفهوم الإعلام التربوي ليشمل محتوى وسائل الإعلام العامة ككل باعتبارها مؤسسات اجتماعية تربوية.

فيما يرى (الجهني، 2002: 18) أن مفهوم الإعلام التعليمي هو "استخدام وسائل الإعلام المختلفة لنقل الرسائل التعليمية الى أفاق أوسع وأعداد أكثر من المتعلمين عبر أنماط التعليم المستمر، والتعليم عن بعد، والجامعات المفتوحة".

ومما سبق يمكن تعريف الإعلام التعليمي بأنه ذلك الإعلام المتخصص الهادف إلى توظيف وسائل الإعلام المختلفة واستثمارها الاستثمار الأمثل لخدمة العملية التعليمية وتحقيق الأهداف التربوية التي أنشئت من أجلها المؤسسة التعليمية.

2/1/3 أهداف الإعلام التعليمي.

تتجلى أهداف الإعلام التعليمي فيما أشار إليه (ناصر, 2001: 80) بالأهداف الآتية:

- تعزيز وتوثيق التواصل بين كافة الأطر المعنية بالعملية التعليمية من معلمين وإدارة مدرسية وموجهين واختصاصيين مناهج وباحثين وإدارة تعليمية وقيادات تربوية عليا وتزويدهم بكل جديد ومفيد من المعارف والتجارب والخبرات التربوية التي ينشرها المتخصصون التربويون والمؤسسات المتخصصة داخلياً وخارجياً.
- تعزيز وتوثيق التواصل بين الأطراف المعنية مباشرة بعملية التعليم من ناحية وكافة الأجهزة الرسمية والمؤسسات الشعبية والجماهيرية ذات الارتباط بالعملية التعليمية.
- التواصل الإيجابي مع مختلف شرائح المجتمع المثقفة والمهتمة وتكوين رأي عام مستنير متفاعل مع قضايا التعليم وداعم لأنشطتها ومساهم في تحقيقها لأهدافها.
- الإسهام في دعم البحث العلمي وتعزيز التعاون وتبادل الخبرات في مجال التعليم مع سائر البلدان العربية والإسلامية والمنظمات المهتمة.
- المشاركة في متابعة وتقييم العملية التعليمية وإبراز الجوانب الإيجابية وتشجيع المواهب والإبداعات وتحديد مواطن الضعف وجوانب القصور في النظام التعليمي والمساهمة في تشخيصها ونقدها ووضع المعالجات العملية السليمة لها.
- تنمية حب الوطن والانتماء إليه والولاء له والعمل دائماً من أجل رفعته وتقدمه وازدهاره من خلال المناهج الدراسية وعمل البرامج لمختلف المدارس والمنشآت التعليمية.

3/1/3 وظائف الإعلام التعليمي.

حدد (الذيفاني, 2006: 48) وظائف الإعلام التربوي في الحقل التعليمي بالآتي:

- وظيفة ثقافية.
- وظيفة التكامل والتفاهم.
- وظيفة التوجيه والمشاركة.
- وظيفة خدمة المجتمع والامتداد إليه والانبثاق منه.
- وظيفة التحفيز وتنمية الدوافع.
- وظيفة علمية.
- وظيفة نسج أجواء الحوار والمنافسة.
- وظيفة تنمية الوعي القانوني.

- وظيفة إعلامية خالصة متصلة بالمعلومة والملصق والصورة والبيانات.
- وظيفة تنمية الوعي السياسي المتزن والملتزم في سياق الوظيفة السياسية الشاملة للتربية والتربية الإعلامية.

4/1/3 وسائل الإعلام التعليمي.

وهي وسائل تختص بالعملية التعليمية دون غيرها وأهمها ما ذكره (المليكي، 2015: 40-44) نقلاً عن عدد من الباحثين على النحو الآتي:

- **التلفزيون التعليمي:** ويقصد بالتلفزيون التعليمي تلك القناة المتخصصة بتقديم البرامج التعليمية لتقوية معارف الطلبة من خلال البرامج التعليمية المنهجية للدارسين، وإنشاء قنوات تلفزيونية خاصة بالتعليم لما له من أثر كبير على التربية، حيث يعد التلفزيون التعليمي حلقة وصل سريعة بين عناصر العملية التعليمية المختلفة إلى جانب تحقيقه لفكرة التعليم المستمر (رفاعي, 2008: 87) .
- **الإذاعة التعليمية:** وهي إذاعة متخصصة في تناول المناهج الدراسية في المدارس أو الجامعات وتوجه برامجها إلى الطلبة في المنازل في غير أوقات الدراسة، وهى منظومة تربوية تعليمية تامة ونظام تدريسي يعتمد على منجزات العلم ومستحدثات التكنولوجيا وآلياتها تلك التي تستخدم لتطوير أساليب ومحتوى المادة ذاتها، وإعداد الطالب لمواجهة مشكلات الحياة، والتكيف مع المجتمع (Surman,1985:37) .
- **الصحافة التعليمية:** وهي صحافة تصدر عن المؤسسات التعليمة بصفة خاصة وتهدف إلى غرس القيم التعليمية التربوية النبيلة والأخلاق الفاضلة والسلوكيات الحميدة، إذ تعد أهم أنواع الأنشطة التي تتعامل مع الكلمة المكتوبة الموجهة ذات الهدف المحدد، فهي ترمي إلى نقد بناء لما يدور في التعليم وفق رؤية علمية منطلقة من رؤى وأطروحات ثقافية (Surman,1985: 38) .
- **المسرح التعليمي:** وهو من أهم الوسائط التعليمية ووسائل الإعلام التربوي التعليمي المهمة التي توفر للمتعلم معارف ثرية، وتجعله يتعلم بنفسه عن طريق بذل الجهد والمشاركة الفعالة في عملية التعليم والتعلم ومسرحة المناهج للخروج بالمواد الدراسية من المجالات المحدودة إلى صور حية متحركة أكثر حيوية وإقناعاً مما ييسر استيعابها حيث تتحول المعلومات إلى مواقف للتفاعل وخبرات يكتسبها الطلبة من خلال التشويق والحركة والإثارة والحياة المجسدة للواقع.
- **شبكة الحاسوب والإنترنت:** يساعد الحاسوب في العملية التعليمية على نقل المتعلم من دور المتلقي للمعلومات والمعارف والمفاهيم من قبل المعلم إلى مستنتج لهذه المفاهيم والفرضيات من خلال المعلومات والبيانات التي يقدمها له البرنامج حول موضوع ما ويقود الطالب إلى استنتاج الفرضية أو المفهوم، والحاسوب تتوفر فيه هذه الصفة إذ يتم مراعاة وجودها عند تصميم البرامج التربوية التعليمية التي تحاول جذب الطلبة إلى التعلم دون ملل أو تعب (De Cicco and Hargrave, 1999: 66). أما الأنترنت فيعد أحد التقنيات التي يمكن استخدامها في التعليم العام بصفة عامة وهي عبارة عن شبكة ضخمة من أجهزة الحاسب الآلي المرتبطة ببعضها البعض والمنتشرة حول العالم (السلطان، والفتوح, 1999: 79-116)، وأصبح يلعب دورا كبيرا في تغيير الطريقة التعليمية المتعارف عليها في الوقت الحاضر، كونه يمثل طريق

المعلومات السريع، ولعل أهميته في التعليم تتمثل بالقدرة على الحصول على المعلومات من مختلف أنحاء العالم.

- **النوادي العلمية:** وهي أماكن يجتمع فيها الطلبة وغيرهم لممارسة نشاط ثقافي وفكري معين استثماراً لوقت الفراغ، وتقوم الأندية العلمية بدور فاعل في تبسيط العلوم، وإيصالها إلى شريحة واسعة من المجتمع كونها تسهم في تبسيط العلوم وتساهم في اكتشاف المواهب من بين الشباب وتجعل الناس على دراية بالتطورات والتقنيات الحديثة (إبراهيم, 2005 : 49) .
- **الفيديو وأفلام الخيال العلمي:** وهي أداة اتصال حديثة أدخلت على التربية والتعليم من أجل مساعدة المعلمين على توصيل المعارف والمعلومات للطلبة وكثيرة هي الدول وعلى رأسها مصر التي تستخدم الفيديو في التعليم عبر شبكة يطلق عليها شبكة فيديو "كون فرانس" وهي شبكة تستخدم لعقد الاجتماعات والمؤتمرات على مستوى الدولة وعبر الفيديو (رفاعي, 2008: 90). كما أن الفيديو وسيلة تعليمية مهمة لتميزه بالمرونة من خلال إمكانية اختيار الأفلام المراد مشاهدتها وإمكانية تسجيل المادة العلمية وإيقاف واسترجاع الجزء المراد إعادة مشاهدته (الحماحمي وأحمد, 2006: 285).
- **المهرجانات والاحتفالات والرحلات العلمية:** لا تقل المهرجانات والاحتفالات أهمية عن الوسائل الأخرى فهي مجال مهم في توعية الناشئة بأمور كثيرة، أما الرحلات العلمية فهي جزء من المنهج المدرسي له قيمته وأهميته التربوية، ونشاط محبب لدى جميع الطلبة، وتحقق أهداف تربوية، واجتماعية، وثقافية ووطنية، أهمها: توسيع دائرة معارف الطلبة واطلاعهم على الجوانب التراثية, والحضارية، والعمرانية في البلاد، إضافة إلى المكونات البيئية المختلفة, وهي وسيلة تعليمية حية في إثراء العلاقات الاجتماعية بين البيئة ومؤسسات التعليم المدرسي أو الجامعي ووسيلة من وسائل الترفيه (Brandt,1996:117) .
- **المعارض والمتاحف:** المعارض مفردها معرض وهو يعني المكان العام التي تعرض فيه نماذج من المنتجات أو الأنشطة الفنية والصحفية وغيرها والمعارض من أهم الوسائل الإعلامية والصحفية التي تؤدي دوراً تعليمياً وتربوياً وتثقيفياً واجتماعياً من خلال تقديم وعرض إنتاج الناشئة وتعميق صور التعارف بين الأبناء وأسرة المدرسة والمعارض تعد فرصة كبيرة لعرض أفكار الناشئة وعرض مشكلاتهم وقضاياهم وأمالهم ووصولها للمسئولين لإيجاد الحلول، والكشف عن المواهب وبث روح المنافسة بين الطلبة، وهي بحد ذاتها وسيلة تعليمية يمارس فيها عمل جماعي تعاوني من خلال الإعداد والمشاركة والتنظيم (شكري, 2004: 172)، كما أن المتاحف لا تقل أهمية عن المعارض فهي تزود أفراد المجتمع بشكل عام بالمعلومات عن الكثير من الأوضاع التي كان يعيشها الأوائل فهي وسيلة معرفية مهمة وإعلامية غنية بإكساب الأفراد والجماعات الكثير من المعارف عن الوطن وعاداته وتقاليده وغيره (إمبابي, 2007: 33).
- **المناظرات والمسابقات التعليمية:** تعرف المناظرات على أنها: "منافسة كلامية بين طرفين يمثلان فكرتين متعارضتين، ومناقشتهما من كل الزوايا المختلفة، مناقشة نقدية، وصولاً إلى الرأي الأصوب، أمام جمهور لا يعرف الحل الصحيح فيه، ويسمح له بالاشتراك في المناقشة، ويقوم بالمناظرة مجموعة من ستة إلى ثمانية أشخاص يختارون، لتعمقهم ومقدرتهم على تفهم موضوع المناظرة، وبينهم رئيس كفء مسئول

بالدرجة الأولى عن نجاح المناظرة (حجاب، 1998: 234). أما المسابقات التعليمية فهي لا تقل أهمية عن المناظرات وترتبط المسابقات الإعلامية التعليمية دائما بالتعليم وتسعى إلى تكامل شخصية الطلبة معرفيا وفنيا وسيكولوجيا وتزودهم بالمعارف المختلفة وإكسابهم بعض المفاهيم التربوية اللازمة كاكتشاف مواهبهم الثقافية والفنية وتدريبهم على البحث والاطلاع والوصول إلى مصادر المعرفة على أسس علمية سليمة، وعلى الحوار والمناقشة والارتقاء بالمستوى اللغوي والأدبي، والقدرة على مواجهة الجماهير، وتنمي الولاء الوطني، وغرس القيم الروحية، وإرساء قواعد الديمقراطية، وتوجيه الطلبة للتصدي للسلبيات، والانحرافات التي تعيق مسيرة التقدم (محجوب، 2006: 221).

- **الندوات والمحاضرات:** وهي من أكثر وسائل الإعلام التعليمي استخداماً في المؤسسات التعليمية وتتمثل بتقديم المعرفة والمعلومات عن طريق محاضر إلى جماعة معينة أو عن طريق ندوة عبر لقاء مع مجموعة من الأفراد لديهم معارف وخبرات سابقة حول مشكلة ما، وتهدف بشكل أساسي إلى خدمة البيئة المحلية ودعم العلاقة بين مؤسسات التعليم والبيئة وتثقيف وتزويد الطلبة بالمعلومات المختلفة وتقوية الاتجاه الديني والوطني لدى الطلبة والتنسيق والتعاون مع الجهات الحكومية الأخرى لتوعية وتثقيف **المواطنين** والتعاون مع جماعات الأنشطة التربوية الأخرى في أداء دورها إلى جانب إبراز المواهب الطلابية العلمية، والأدبية والقيادية (Pfirster, 1983: 3).
- **المكتبات التعليمية:** وهي من الوسائل المهمة في الإعلام التعليمي كونها تتيح للناشئة في مختلف مراحلهم التعليمية الاطلاع على كثير من الكتب والدراسات في مختلف الجوانب التعليمية، وهي مكتبات عادة ما تكون في المناطق التعليمية أو الجامعات (Pfirster, 1983: 31).

2/3 الإعلام المدرسي.

يشكل الإعلام المدرسي الجانب التطبيقي للإعلام التربوي، فهو الإعلام التربوي الذي يكون على مستوى المدرسة؛ ويقصد به تلك البرامج والأنشطة التي تقدم وتمارس داخل البيئة المدرسية وبوسائل إعلام مدرسية بنطاقها المكاني والزماني والمضاميني. كما يعده (الرعوي، 2014، 88) فرعا من فروع الإعلام التعليمي، ويمكن تناول مفهومه وأهدافه ووظائفه ومجالاته ووسائله على النحو الآتي:

1/2/3 مفهوم الاعلام المدرسي.

تعرفه (القحطاني، 2006: 42) بأنه: "عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية في ضوء السياسات التعليمية والتربوية والإعلامية للدولة، وتوظيف وسائله في توثيق العلاقة بين مجالات العمل المدرسي من جهة والجهات التعليمية المعنية بها من جهة أخرى".

ويعرفه (الجندي، 2008: 155) بأنه: "عملية نشر وتقديم المعلومات الصحيحة والبرامج والأنشطة التي تقدم للجمهور المدرسي وخاصة للتلاميذ داخل المدرسة عبر وسائل الإعلام المتوفرة".

والإعلام المدرسي نشاط تربوي يقدّم فيه للتلميذ أو للطالب وجميع المتعاملين مع المدرسة، معلومات عن المسار الدراسي، المحيط الاجتماعي الاقتصادي والمهني، مع شروطها ومتطلباتها، كما هي موجودة في الواقع فعلاً دون ممارسة أية وصاية أو دعاية ودون إصدار أحكام مسبقة على نمط دراسي أو مهني معين، وذلك

بغرض إنضاج شخصيته ومواقفه لتمكينه من حسن الاختيار، واتخاذ القرارات التي يراها أنسب لبناء مشاريعه المستقبلية (عباس، 2014: 65).

ومما سبق يمكن تعريف الإعلام المدرسي بأنه ذلك الإعلام المتخصص الهادف إلى توظيف وسائل الإعلام التربوي بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية في ضوء السياسات التربوية والتعليمية للدولة على مستوى المدرسة.

2/2/3 أهداف الإعلام المدرسي.

تتجلى أهداف الإعلام المدرسي بالإسهام في غرس العقيدة الدينية لدى الناشئة وتنمية الإحساس بالانتماء للوطن وتوعية الآباء والأمهات بأهمية رعاية أبنائهم إلى جانب تعريف الناشئة بواقع مجتمعهم وتاريخه وأمجاده، ودعم المناهج في تحقيق أهدافها, وغرس القيم الديمقراطية لدى الناشئة وتدريبهم على إبداء الرأي وتعويدهم على التسامح والبعد عن التعصب الديني والفكري، وتتمثل هذه الأهداف فيما أشار إليها (المليكي, 2006: 25) بالآتي:-

- الإسهام في توجيه الناشئة نحو التمسك بالمبادئ الإسلامية والوطنية والصحية والبيئية.
- اكتشاف وتشجيع وصقل المواهب ذات القدرات الخاصة.
- إكساب الناشئة القدرة على الإلقاء وفن الحوار وتشجيعهم على التعبير عن آرائهم بصدق وحرية وموضوعية.
- التوعية في أوساط الناشئة والمدرسين والآباء بمجمل القضايا المتصلة بالبيئة المدرسية كالنظافة والحفاظ على الكتب المدرسية والأثاث المدرسي والمياه والتشجيع على ممارسة الأنشطة اللاصفية ومحاربة ظاهرة الغش والتعصب بجميع صوره.
- ربط المجتمع المدرسي بالمجتمع المحلي عن طريق الاستفادة القصوى من وسائل الإعلام التربوي كالإذاعة المدرسية والمجلات الحائطية والنشرات.
- تزويد الناشئة بالثقافة المتجددة والمعارف والخبرات المختلفة.
- التنسيق مع جماعات الأنشطة المتعددة باتجاه تطوير آلية العمل المدرسي في جميع الاتجاهات.
- تحصين الناشئة ضد التيارات المخالفة لعاداتنا وتقاليدنا وغرس ألوان السلوكيات والعادات الحميدة والقيم الأصلية كالأمانة والإخلاص في العمل والصدق والوفاء واحترام الكبير والعطف على الصغير والمحافظة على الشعائر الدينية وحب الجماعة وإنكار الذات والإسهام الفاعل في كل عمل خيري.
- تأصيل عادة حب القراءة والبحث والاطلاع والإلمام بكل المعارف والأخبار، وتعويد الناشئة على الإيجابيات وتكوين رأي عام في المواقف والقضايا الهامة كبداية على طريق المجتمع الديمقراطي الحر والتعبير عن نبض الجماهير الطلابية.

3/2/3 وظائف الإعلام المدرسي.

صنف (الجندي، 2008:161-159) وظائف الإعلام المدرسي على النحو الآتي:-

1- وظائف يؤديها الإعلام المدرسي تجاه الطلبة وتتمثل في الاتي:

- تعريف الطلبة الجدد بالمدرسة ووظيفتها وأهدافها ونشاطها ورسالتها تجاههم وتجاه البيئة المحيطة بها.
- تزويد الطلبة بالمعلومات والمعارف غير المتاحة لهم في المنهج الدراسي والتي تمس حياتهم الشخصية وغيرها.
- نقل حقائق وأخبار إدارة المدرسة اليهم والعكس.
- وتوجيه وإرشاد الطلبة عن كيفية الاستذكار والاستعداد للامتحان وتعريفهم بأبرز الأنشطة التي تمارس داخل المدرسة.
- الإسهام في اكتشاف المبدعين منهم في وسائل الإعلام المدرسي المختلفة.

2- وظائف يؤديها الإعلام المدرسي تجاه إدارة المدرسة وتتمثل في الاتي:

- تشجيع الاتصال بين الإدارة التعليمية والإدارة المدرسية.
- توضيح رؤية المدرسة للإدارة التعليمية.
- يعمل الإعلام المدرسي كمستشار شخصي لإدارة المدرسة وإسداء النصح للمسئولين عن إصدار القرارات وتعديل السياسات.
- يسلط الأضواء، للمجتمع المدرسي حول القضايا والصعوبات التي تواجه الإدارة.
- وظائف يؤديها الإعلام المدرسي تجاه المجتمع المحيط وتتمثل في الاتي :
- تعريف المجتمع الخارجي بأهم المشكلات التي تواجه المدرسة من أجل أن يتعاونوا مع إدارة المدرسة في معالجتها.
- الكشف عن بعض المشكلات التي تعاني منها البيئة المحيطة بالمدرسة وعرضها بطريقة مبسطة عن طريق وسائل الإعلام المدرسي كمشكلة الأمية وغيرها.

ومن **وظائف الإعلام المدرسي** ايضا ما ذكرته (عباس، 2014: 46) وهي الآتي:

1- الإعلام: أي إخبار الطلاب بما يدور حولهم في البيئة المحلية والمجتمع الداخلي والخارجي، بهدف تحقيق أحد المعايير القومية في التعليم، وهو المشاركة المجتمعية.
2- الإرشاد: أي إرشاد الطلاب نحو الأفكار أو المفاهيم الصحيحة والسليمة.
3- التفسير: أي يفسر الأحداث الجارية حتى يفهمها ويستوعبها الطلاب.
4- التسلية (الترفيه): ويمكن تحقيق ذلك عن طريق القصص والطرائف والرسوم والمعلومات.

4/2/3 مجالات الإعلام المدرسي.

تتنوع مجالات الإعلام التربوي وبرامجه، ومن ذلك: برامج التربية الوقائية وبرامج التربية البيئية وبرامج الإرشاد التربوي وبرامج التوعية العامة وبرامج التوعية الأسرية وبرامج التوعية الموسمية المتعلقة بالمناسبات المختلفة وبرامج الثقافة والتراث وبرامج للتعريف بالتطورات التقنية المعاصرة.

5/2/3 وسائل الإعلام المدرسي.

- **الإذاعة المدرسية**: وهي الاذاعة التي تتم داخل المدرسة من خلال الطلبة أنفسهم وهي التي تنفذ في طابور الصباح ومن مميزاتها أنها رخيصة الثمن وسهلة التشغيل وتعتبر همزة الوصل بين إدارة المدرسة والطلاب والمدرسين، وتعتبر من أقوى الأجهزة الإعلامية تأثيرا في تربية النشء باعتبارها تعبيرا عن الكلمة المكتوبة والمسموعة، وهي من أهم وسائل الإعلام المدرسي وقد ظهرت نتيجة التقدم التكنولوجي واختراع مكبرات الصوت. وتضطلع الإذاعة المدرسية بدور مهم في خدمة العملية التعليمية والتربوية، كما تحقق الإذاعة المدرسية أهدافا تربوية عديدة وتتيح للتلاميذ جميعا فوائد قيمة، يعود بعضها على المشتركين في إعداد البرامج الإذاعية وإلقائها ويعود البعض الآخر على سائر الناشئة المستمعين. (المليكي، 2015، 66-64)
- **الصحافة المدرسية**: وهي الصحف والمجلات التي تصدر خارج المدرسة أو داخل المدرسة بأنواعها المختلفة وتكون موجهة إلى تلاميذ المدارس بصفة أساسية تحقيقا لأهداف تربوية وتعليمية وتثقيفية وقيمية" (شكري, 2004، 85). وتأتي أهمية الصحافة المدرسية من كونها الوسيلة الفعالة في تحقيق الكثير من الأهداف التربوية وخدمة العملية التعليمية حيث تتبلور وتنمو من خلالها قدرات ومواهب الناشئة (رجب, 1986، 11). كما أنها صورة تتفق وميول الناشئة فمحتواها كل ما يدور حولهم وإخراجها يتفق وذوقهم وأسلوبها سهل وعباراتها بسيطة فهي صحيفتهم منهم وإليهم، تشبع ميولهم وأذواقهم وتناسب عقولهم. (رضوان وآخرون, 1983، 205)، وتتحدد أهداف الصحافة المدرسية في إطار الأهداف العامة للتربية والتي تسعى إلى بناء المواطن الصالح القادر على مواكبة عصر التكنولوجيا والمعلومات. (ناصر,2001، 13)
- **الكتاب المدرسي**: تعتمد العملية التعليمية على الكتاب المدرسي، ويعد أحد مصادر المعرفة المهمة، وكان في التربية التقليدية المصدر الوحيد للتعلم والحصول على المعرفة لكل من المعلم والمتعلم، وهو من وسائل الإعلام التربوي الذي له فوائد وإمكانات كبيرة (رفاعي, 2008، 84)،
- **المكتبة المدرسية**: وهي وسيلة إعلامية تربوية تمكن المتعلم من مزاولة طريقة المطالعة والتحصيل وتدريبه على الاطلاع المستمر، وحب القراءة وربط صلة قوية بينه وبين الكتب وتمكين هذا المتعلم من منهجية ملائمة وهادفة تعينه مستقبلا على البحث المستقل واكتشاف مكنونات المعرفة الإنسانية, وتعد مكتبة المدرسة مركز الإشعاع الثقافي والنشاط الفكري بالمدرسة فهي مركز القراءة الحرة ومكان الاستمتاع بالكتب والبحث والاطلاع (المليكي, 2015، 78)،
- **المجالس المدرسية**: تعد المجالس المدرسية من الوسائل التي تسهم في ربط المدرسة بالمجتمع المحلي وتشركه في العملية التربوية والتعليمية، ومن أبرزها مجالس الآباء والأمهات ومجالس الفصول والمجالس الطلابية (المليكي, 2015، 79)،
- **الانشطة المدرسية**: وهي وسيلة وحافز لإثراء المنهج الدراسي وإضفاء الحيوية عليه وذلك عن طريق تعامل التلاميذ مع البيئة وإدراكهم لمكوناتها المختلفة من طبيعية إلى مصادر إنسانية ومادية بهدف اكتسابهم الخبرات الأولية التي تؤدي إلى تنمية معارفهم واتجاهاتهم وقيمهم بطريقة مباشرة

(العيدروس، 2012، 11). وتنبثق أهمية النشاط المدرسي من قيمته التربوية والتي تتضح من خلال ما يحققه من أهداف العملية التربوية. فهذه الأنشطة لها تأثيرها المباشر على العديد من سمات الشخصية لدى الطلاب وذلك نظراً لاستجابة تلك الأنشطة للعديد من ميولهم، ورغباتهم، وحاجاتهم وتأثيرها على اتجاهاتهم.

3/3 الإعلام الجامعي.

يعتبر الإعلام الجامعي أحد أهم أشكال وتطبيقات الإعلام التربوي المتقدم، كما يعد جزءاً لا يتجزأ من الإعلام التربوي بكل قنواته ووسائله وأهدافه، وتبرز مهمة الإعلام الجامعي الرئيسية في نقل رسالة الجامعة بما يعزز وظائف الجامعة ويحقق أهدافها (الضبياني، 2018، 87) ؛ ويمكن تناول نشأة الإعلام الجامعي ومفهومه وأهميته وأهدافه ووظائفه ووسائله على النحو الآتي:

1/3/3 نشأة الإعلام الجامعي.

يعد ظهور الإعلام المتخصص ونموه وازدهاره في أي مجتمع دليًلاً قوياً على تقدم هذا المجتمع ورقيه، فحين يتجه أي مجتمع تجاه التخصص الدقيق بين أفراده ينجم عنه أتساع المعارف العلمية والثقافية وتعددها، وهو ما يمثل سمة أساسية للتقدم، والجامعات باعتبارها العمود الفقري لتطوير المجتمع ونموه، لاسيما في العصر الحديث، باتت اليوم بالحاجة الماسة لإعلام هادف، ومتخصص، يغطي ميادين التعليم العالي ومجالاته، ويراعي في رسالته ومضمونه الأسس العلمية، والجمهور المتلقي ويواكب التطورات والتغيرات الحديثة المتسارعة. وتعد جامعة (ميتشجن) الأمريكية أول جامعة اهتمت بأنشطة العلاقات العامة والإعلام في الجامعات، إذ أنشأت مكتباً إعلامياً عام (1879) بهدف التأثير في المسئولين لدعمها وتمويلها (دراغمة، 2011 : 101).

2/3/3 مفهوم الإعلام الجامعي.

رغم الممارسة الإعلامية لمفهوم الإعلام الجامعي واستعماله من قبل عدد من الباحثين والجامعات العربية، إلا أنه لا يوجد حتى الآن له أي تعريف واضح ودقيق، إذ يعرفه (زريزرب وآخرون، 2011: 826) بأنه: "ذلك الإعلام الذي يختص بتزويد الجمهور بمختلف الرسائل الثقافية، وتسويق النشاطات الجامعية في وسائل الإعلام لإشاعة نمط غير محدد من الثقافة المنوعة التي تستدعى نشر نتائج ومخرجات الأنشطة العلمية، ومحاولة خلق التفاعل المطلوب بين المجتمع ومؤسساته، من خلال تزويده بما يرشح من نتائج العلاقات الثنائية بينهما وبالتالي الوصول إلى إتاحة المعرفة العلمية والثقافية لجميع شرائح المجتمع".

ويعرفه (الموسوي وآخرون، 2012: 54-55) بأنه: "وجه الجامعة الذي تطل به على المجتمع، المسؤول عن التواصل مع المؤسسات والهيئات الأكاديمية الحكومية والخاصة، ونقل صورة الجامعة فكرياً وثقافياً وعلمياً من خلال المصداقية والتميز والتطوير المستمر والانفتاح على المجتمع على المستويات الداخلية والخارجية". وعرفه (دحمري، 2014: 56) بأنه: "تلك العملية المتخصصة الموجهة لجمهور الطلبة الجامعيين والشركاء الاقتصاديين للمؤسسة الجامعية للتعريف بالتخصصات المفتوحة بالجامعة والافاق المهنية المتفرعة عنها".

ومما سبق يمكن تعريف الإعلام الجامعي بأنه ذلك الإعلام المتخصص الهادف إلى توظيف وسائل الإعلام المختلفة التوظيف الأمثل بما يسهم في تعزيز وظائف الجامعة ونقل رسالتها وتحقيق أهدافها.

3/3/3 أهمية الإعلام الجامعي.

الإعلام الجامعي لأي جامعة هو نافذتها على العالم حيث تؤكد من خلاله تواجدها بين الجامعات المحلية والإقليمية والعالمية وتبرز كذلك صورتها وصوتها عبر مختلف وسائل الإعلام التقليدية منها والحديثة وخصوصا في عصر التقنية والتكنولوجيا والتي كانت سبب في تقدم الجامعات عن طريق إنتاج المعرفة، ونشرها، وتبادلها، وتوثيق العلاقات والروابط فيما بينها وبين المؤسسات الأخرى من جهة وبينها وبين جماهيرها الداخلية والداخلية من جهة أخرى (الموسوي وأخرون، 2012: 57).

وتأتي أهمية الإعلام الجامعي من كونه إعلام متقدم يصدر من مؤسسات وأوساط ثقافية علمية تتسم بالموضوعية والحيادية والدقة والثقة في ميدان عملها العلمي، مما ينعكس افتراضا على عملها الإعلامي والاتصالي (زريزرب، 2011: 826).

كما يرى (دحمري، 2014: 52) بأن الإعلام الجامعي هو شريان العملية التعليمية والتنظيمية في الجامعة. ويعده (فضلون، 2014: 94) أحد أهم التحديات الكبرى التي تواجه منظومة التعليم العالي، وذلك لما له من الأهمية في تغيير الافكار وشرح السياسة التعليمية وتسهيل وصول المعلومات لكل الموارد البشرية الجامعية، والدور الكبير والفعال في شتى مجالات الحياة ومساعدة أفراد المجتمع على اكتساب معلومات وخبرات تفيدهم في حياتهم اليومية.

4/3/3 أهداف الإعلام الجامعي.

يهدف الإعلام الجامعي فيما أشار إليه (أحمد، 2013: 501) بالآتي:

- ترسيخ تقاليد العمل الإعلامي المستقل المتطور والمبدع والنموذج في الأوساط العلمية والجماهيرية.
- تطوير الأساليب والأدوات وتنويع المصادر والوسائل.
- توضيح استراتيجية وأهداف الجامعة وتعريف الجمهور بروادها وعكس الصورة المشرقة لكلياتها واقسامها.
- ترويج الافكار والمشاريع الإعلامية التي تصب في خدمة الجامعة ومنتسبيها والمجتمع.
- مد جسور التعاون بين الجامعة والمؤسسات التعليمية والإعلامية بغية تحقيق الاستفادة المتبادلة.

وإضافةً إلى ما سبق يهدف الإعلام الجامعي إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- تعزيز صورة ورصانة التعليم العالي والبحث العلمي في المجتمع المحلي والإقليمي والدولي (عبدالرزاق والساموك، 2011: 109) .
- خلق التفاعل المطلوب بين المجتمع المحلي ومؤسسات التعليم، من خلال تسويق الأنشطة الجامعية، وإتاحة المعرفة الثقافية والعلمية لكافة شرائح المجتمع (زريزرب وآخرون، 2011: 826) .
- نشر الأخبار والمعلومات الصادقة والآراء على الجماهير خدمة للصالح العام ولما في ذلك من أهمية في تغيير الأفكار وشرح السياسة ووصول المعلومات (فضلون، 2014: 94) .

5/3/3 وظائف الإعلام الجامعي.

تنبثق بطبيعة الحال وظائف الإعلام الجامعي من وظائف الإعلام بشكل عام، وان كانت وظائف الإعلام الجامعي أكثر تنوعاً واختلافاً، حيث يرى (أحمد، 2013: 494) أن الإعلام الجامعي جزء لا يتجزأ من هيكل الإعلام بكل قنواته ووسائله وتوجهاته، إلا إنه يعنى بمحاورة نخبة المجتمع وصفوته من أكاديميين وباحثين ومثقفين وطلبة للتعبير عنهم وعن قضاياهم وطموحاتهم.

فيما حدد (عبدالرزاق والساموك، 2011: 101) وظائف الإعلام الجامعي في تسويق الثقافة الجامعية الرصينة وتقديم الصورة الحقيقية للواقع البحث والتعليمي للجامعات.

ويفصل (الضبياني، 2018، 68) وظائف الإعلام الجامعي قياساً إلى وظائف الإعلام بشكل عام على النحو الآتي:

- **الإعلام والإخبار:** ويقصد بوظيفة الإعلام والإخبار تزويد الجماهير الداخلية والخارجية بالأخبار، حيث ووظيفة الإعلام من أهم الوظائف الأساسية التي لا يمكن لأجهزة الإعلام أن تتجاهل القيام بها (جلون، 1996: 299) وتعد هذه الوظيفة أولى الوظائف وأهمها، لأن كل فرد في المجتمع لديه رغبه تصل إلى مستوى الغريزة في معرفة ما يدور حوله من أحداث سواء كانت إيجابية او سلبية، رغبة في مراقبة البيئة الخارجية والداخلية لتجنب الأخطار التي تهدد وجوده، واقتناص الفرص التي تكفل استمراره (إسماعيل، 2014 : 43).كما تعد هذه الوظيفة من وظائف الإعلام قديمة قدم الإنسان، وجدت منذ وجد الخبر بشكل عام، حيث لم يكتسبها الإعلام بفضل وسائل الإعلام الحديثة وتأثيراتها أو بسبب التقدم التكنولوجي والعلمي، بل هي موجودة في كل مراحل الإعلام المختلفة بما فيها المجتمعات البدائية عندما كان الشاعر هو صحفي القبيلة والناطق الرسمي باسمها (إسماعيل، 2014 : 44). ويمكن ان يؤدي الإعلام الجامعي وظيفته هذه من خلال تزويد جماهيره الداخلية والخارجية بالأخبار والمعلومات عن الجامعة او كل هو متعلق بها وبميادين العلم والمعرفة، متحليً بسمات وخصائص الإعلام الإخباري المتخصص (المتوكل، 2005: 108) ، متخذا اشكالا فنية مختلفة كالخبر الإذاعي والصحفي والتلفزيوني، أو التقارير والتحقيقات والبحوث، وقد يستخدم أيضاً وسائل الإيصال الشخصية كالجوالات والبريد الإلكتروني أو شبكات التواصل كالفيسبوك والواتس والتويتر واليوتيوب وغيرها من وسائل الإعلام الخاصة والعامة (جامعة المجمعة، 2015: 12). كما يرى (السويد، 1992: 124) أنه لا يوجد منافس للصحيفة الجامعية في تغطية الأخبار الجامعية المحلية التي لا تحظى عادة بالاهتمام الكافي من جانب الصحف والمجلات العامة.
- **التوجيه والإرشاد:** حيث تعد أجهزة الإعلام بمثابة المعلم أو الرائد الذي يأخذ بيد كل الجماهير ويساعدهم على حسم الأمور، ويقضي على التردد أو الارتباك، كونه يحمل المشعل في مقدمة الجماهير لكي ينير لهم الطريق (جلون، 1996: 230) حيث يكون الناس في أغلب الأحيان في حاجة ماسة لمن يوجههم ويرشدهم إلى أتباع تعليمات أو سلوكيات معينة، ليأتي دور الإعلام في تحقيق ذلك من خلال فنونه ووسائله المختلفة (إسماعيل، 2014: 46). وللإعلام الجامعي الدور الكبير في توجيه وإعلام الطلبة بمختلف المعلومات التي قد يحتاجونها بغية تسهيل حياتهم الجامعية، وبلورة وتكوين رأي طلابي عام متقارب ومتجانس في الميول

والأهداف، ويساعد على اكتشاف المواهب والقدرات لديهم، وتبصيرهم بقضايا المجتمع والإسهام الايجابي في المشروعات الوطنية التي تخدم البيئة المحلية (فضلون، 2011: 94). وتتمثل وظيفة التوجيه والإرشاد في الإجابة على تساؤلات الطلبة حول التحصيل العلمي، وفائدة المشاركة في الأنشطة الطلابية المختلفة، وكل ما يحدث في الجامعة للمساهمة في تقدم المسيرة التعليمية (السويد، 1992: 130).

- **التفاهم والتكامل:** تعد مهمة شرح المعلومات وتفسيرها من المهام الرئيسية لأجهزة الإعلام، كما إن وسائل الإعلام في أي نظام اجتماعي تساعد على إثراء الحوار والنقاش من خلال تبادل المعلومات وتلاقح الأفكار وتوضيح وجهات النظر وتمكين الأفراد والمجموعات والأمم من ابلاغ أصواتهم وآرائهم بما يضمن تحقيق التكامل والتفاهم والاطلاع على وجهات نظر الأخرين وتطلعاتهم (القحطاني، 2006: 23). وللإعلام الجامعي دور كبير في توثيق علاقة الجامعة بالمجتمع لتحقيق التفاهم والتكامل فلا يمكن أن تعيش الجامعة منعزلة عن مجتمعها المحيط ولا أن تؤدي دورها في خدمة المجتمع إلا من خلال التعرف عليه وعلى مشكلاته والسعي لحلها وهذا ما يجب على الإعلام الجامعي أن يقوم به ليحقق التفاهم والتكامل بين الجامعة والمجتمع، وليس ذلك فحسب، بل يجب على الإعلام الجامعي أن يحقق التفاهم والتكامل داخل المؤسسة الجامعية نفسها ويؤدي بذلك دور الإعلام الإداري عن طريق ثلاثة عوامل رئيسية هي العامل الإلزامي التنظيمي، والعامل الأقناعي، وعامل التوحيد والدمج (المتوكل، 2005 : 39).
- **التوعية والتثقيف:** يعرف الإعلام بأنه: "النقل الحر والموضوعي للأخبار، والمعلومات، والوقائع بصورة صحيحة بإحدى وسائل الإعلام مستهدفاً العقل" (تركي، 1984: 227) فيما يعرف الإعلام أيضاً بأنه: "العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة التي تركز علي الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير، وعواطفهم السامية، والارتقاء بهم من خلال تنويرهم، وتثقيفهم لا تخديرهم وخداعهم" (مطر، 2003: 118). كما إن الطابع العام والغالب على الإعلام المتخصص هو الطابع التثقيفي وليس الإخباري (خضور، 2003: 33) ويتزايد دوره في تنمية وعي الأفراد وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم، باعتباره مصدراً هاماً، بل وأهم مصدر يأخذ منه الجمهور المتخصص معارفه ومعلوماته عن العالم المحيط به (العاقد، 1997: 268-280) والتثقيف هو الآخر من الوظائف التربوية التي يراها (أبو هلال وآخرون، 1993: 863) لوسائل الإعلام التي تتمثل في نشر الثقافة بين الناس سواء بشكل عفوي غير مقصود من خلال الأخبار والمعلومات العامة التي تعرضها وسائل الإعلام، أو بشكل مقصود بحيث تقدم وسائل الإعلام المتخصصة معلومات بذاتها لتحقيق هدف معين أو خدمة مبدأ أو وجهة نظر بين الناس ضمن برامج مخطط لها. حيث تقع على الجامعة مسؤولية كبرى في حماية الطلاب من تأثيرات الغزو الفكري، والتأثير الثقافي، وذلك من خلال إكسابهم المعايير والقيم والمثل الخلقية، والقدوة الحسنة (هواري وعدون، د. ت، 45) وربط الطلاب بالثقافة السائدة في المجتمع وتعريفهم بتراث أمتهم مع بث روح التجديد والإبداع والتألق، تجاوبا مع المستجدات والمتغيرات الحضارية فيما لا يخالف الأسس والثوابت الإسلامية، وتكريس حب الوطن وأهمية الانتماء (التركي، 1985: 8)، (شرادقة، 2016: 15).
- **نشر المعرفة :** يعد الإعلام الجامعي شكلا من أشكال الإعلام العلمي الذي يعرفه (غيطاس، 2007: 87) بأنه "الإعلام الذي يهدف إلى بث الوعي العلمي لدى الجمهور، وتبصيره بالمعارف العلمية والتطورات التقنية".

ويمكن للإعلام الجامعي أن يؤدي هذه الوظيفة من خلال نشر كل ما يخص الدراسات والبحوث، وإبراز الإنجازات العلمية والأدبية، وعرض المكتشفات العلمية الحديثة بأسلوب مناسب، وتسليط الضوء على التجارب العالمية الناجحة، وتقديم البرامج التعليمية المناسبة وشرحها وتفسيرها (عمر، 1997: 77)، ونشر المعرفة الإنسانية وتعميمها لما في ذلك تحسين مهارات الفرد وزيادة قدراته لموجهة المشكلات ومعالجتها، واحترام المنهج العلمي، وتعزيز حضوره في الحياة العامة (العقاري، 2010: 11).

- **الدعاية والإعلان:** للإعلام دور كبير في تحقيق الاتصال الفعال والتواصل العلمي والمعرفي، وتحقيق رضاء المستفيدين من باحثين ودور نشر وترقية البحث العلمي ومصادره الإلكترونية وقواعد بياناته (القندلجي، 2013: 76). كما أصبحت العديد من الجامعات تعامل الطلبة وأولياء أمورهم كزبائن، من خلال تسويق خدماتها الجامعة بشكل أفضل، وأنشأت دوائر بحث لدراسة مدى وعي إدراك الطلبة لجامعاتهم، وعليه تقوم بتصميم رسائل تسويقية تهدف جماهيرها الخارجية، ويشعر (Thomas) بالأسف لعدم استخدام الجماهير الداخلية للجامعة أداة تسويقية لرسم صورة عن الجامعة وأنشطتها لدى الجمهور الخارجي، إذ إن هناك العديد من الدراسات التي أثبتت فعالية الجمهور الداخلي في تسويق المؤسسات Thomas).

(Edward Grier, 2002: 2ويرى (عيسى، 2003: 52) أن الإعلان في وسيلة الإعلام الجامعية يجب إن يتميز عن مثله في وسائل الإعلام العامة، حيث تتحدد نوعية السلعة أو الخدمة المعلن عنها بما لا يتنافى مع رسالة التعليم الجامعي وأسسه وقيم الجامعة وأهدافها مبادئها.

6/3/3 وسائل الإعلام الجامعي.

أما وسائل الإعلام الجامعي فحددها (الضبياني، 2018، 72) في الآتي:

- **البوابة الإلكترونية:** تمثل البوابة الإلكترونية الرئيسية للجامعة الواجهة الإعلامية والمصدر الرئيس لصورة الجامعة ومكانتها. وتعد الأخبار والفعاليات أحد أهم مكونات البوابة الالكترونية، حيث تحتوي البوابة الإلكترونية على عدة نوافذ تغطي عدداً من الجوانب الإعلامية منها أرشيف الأخبار والذي عادة ما يكون في الواجهة الرئيسية للبوابة، والملف الصحفي حيث يتم تحديثه بشكل يومي ويتم فيه رصد لجميع ما يتم نشره في الصحف اليومية، ومعرض الصور الذي يظم صور الفعاليات والمناسبات التي تقام في الجامعة أو تشارك فيها، ومعرض الفيديو الذي يشمل توثيقاً مرئياً لجميع المناسبات المسجلة والتقارير الإخبارية الدورية والأفلام الوثائقية التي يتم انتاجها في عدد من المناسبات، بالإضافة إلى أرشيف الفعاليات والمناسبات بالوقت والتاريخ لإتاحة الفرصة لمتابعي البوابة لمعرفة مواعيد المناسبات ومكان اقامتها وتاريخها (جامعة المجمعة، 2015: 13).
- **مواقع التواصل الاجتماعي:** تعد مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، حيث غيرت هذه المواقع مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلقت نوعا من التواصل بين اصحابها ومستخدميها من جهة وبين المستخدمين انفسهم من جهة أخرى. وتقوم الجامعات بإنشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي لوحدات الجامعة الأكاديمية والإدارية مثل: (التوتير، الفيس بوك، الواتس آب، الانستجرام)، بهدف التواصل مع المجتمع الداخلي والخارجي لوحداتها المختلفة للتعريف بمستجدات كل وحدة ونشاطاتها وفعالياتها ومناسباتها ذات

العلاقة، بالإضافة إلى تعزيز الثقة في الجامعة وبرامجها وانشطتها، والرفع من سمعتها باعتبارها مؤسسة أكاديمية تهتم بآراء منسوبيها وأفراد مجتمعها لتكوين اتجاهات إيجابية عن الجامعة ووحداتها المختلفة لدى منسوبيها وأفراد المجتمع وزيادة رضاهم عن الخدمات التي تقدمها (جامعة المجمعة، 2016: 15).

- **الإذاعة الجامعية:** بدأ استخدام الراديو لأغراض تعليمية منذ مطلع عشرينات القرن العشرين، وتعد اليابان وبريطانيا من اوائل الدول التي استفادت منه في القطاع التربوي والتعليمي، كما تعد تجربة الجامعة المفتوحة في بريطانيا من انجح التجارب التي استخدمت فيه الجامعة الاذاعة لبث برامج تعليمية لمختلف التخصصات وعلى جميع المستويات الدراسية في الجامعة. ويرى (الجملان، 1998: 165) بأنه يمكن تقديم الكثير من المواضيع الدراسية للمدرسين والطلبة في مؤسسات التعليم العالي عبر الإذاعة، كتدريس مقررات الادب واللغة والتربية وغيرها، وتدعيم كثير من الموضوعات العلمية الاخرى كالفيزياء والكيمياء والرياضيات والطب وغيرها عبر البرامج الاذاعية الهادفة.
- **الصحف الجامعية:** تعد الصحيفة الجامعية وسيلة إعلامية متخصصة توجه لجمهور معين، ووسيلة اتصال أساسية داخل المجتمع الجامعي والذي يمثل الطلبة الشريحة الاكبر فيه (معبد وأخرون، 2010: 55)، وتهتم بدرجة كبيرة او بأخرى بالقطاعات الجامعية المختلفة لتحقيق العلاقات التفاعلية بين اعضاء هذا المجتمع من جهة وبيتهم وبين المجتمع الخارجي من جهة أخرى (عبدالمجيد، 1997: 182). وتعرفها (عبدالكريم، 1979: 13–14) إلى أنها: "كل مطبوع يصدر عن المجتمع الجامعي باسم واحد وبصفة دورية في عدد كافي من النسخ لنشره داخل أو خارج هذا المجتمع ليحقق من خلال مضمونه الإعلام والتعليم ونشر الراي والتثقيف والتسلية والترفيه". فيما يعرفها (عيسى، 2003: 41) بأنها: "أي مطبوع دوري يصدر في عدد كاف من النسح عن المجتمع الطلابي الجامعي أو اقسام وكليات الصحافة بالجامعة، أو المؤسسات الصحفية ودور النشر، بغرض تحقيق أهداف الصحافة لطرح قضايا الجامعة ومشاكل الطلبة والتعبير عن همومهم وآمالهم وتطلعاتهم". وتوفر الصحف وسيلة ممتازة لحسن الاطلاع على الأحداث الجارية كما تؤدي دوراً هاماً في تشكيل الرأي العام وتمتاز الصحف عن الوسائل الإخبارية الرئيسية بأنها تغطي مزيدا من الأنباء وبتفاصيل أكبر من نشرات أخبار الإذاعة والتلفزيون وتتنوع الصحف فهناك الصحف اليومية، والصحف الأسبوعية، والصحف ذات الاهتمامات الخاصة.
- **التلفزيون الجامعي:** بدأ استخدام التلفزيون في المؤسسات التربوية والتعليمية منذ مطلع خمسينات القرن العشرين، ويكثر استخدامه في الجامعات المختلفة بدول العالم كونه يحقق الكثير من الأهداف التربوية في مؤسسات التعليم العالي كتقديم المقررات الدراسية، حيث يمكن للمدرس تقديم محاضراته من الاستديو للمتعلمين في الأوقات التي لا يستطيع المدرس الجامعي سدها (الجملان، 1998: 165 - 166). كما يحقق استخدام التلفزيون في الحقل التعليمي عدة أهداف أبرزها: مساعدة المؤسسات التعليمية في القيام بدورها التعليمي وتدعيم دور المدرسة والجامعة، والقيام ببعض المهام والمجالات التعليمية والتدريبية التي يتعذر على المدارس والجامعات القيام بها لقلة الإمكانيات، كما أن التلفزيون التعليمي يعد حلقة وصل سريعة بين عناصر العملية التعليمية المختلفة إلى جانب تحقيقه لفكرة التعليم المستمر (رفاعي، 2008: 87). وتعد تجربة بولندا وبريطانيا حاليا من انجح التجارب التي اجريت في

دول العالم المتطور في التعليم الجامعي باستخدام التلفزيون (الجملان، 1998: 165-166). فيما تعد الولايات المتحدة الامريكية من أوائل الدول المستخدمة للتلفزيون التعليمي في جامعاتها للاستفادة منه في كليات الطب والهندسة والفلك وغيرها من العلوم التي كانت تحتاج وتستدعي ذلك، كما بدا البث لأول محطة قومية للتلفزيون التعليمي في جامعة ولاية (ايووا) الأمريكية في فبراير سنة 1950م (عاشور، 1980: 41-45).

- **المدونات الالكترونية:** تمكنت المدارس والجامعات والمؤسسات التعليمية من إطلاق برامجها التعليمية والتدريبية عبر الأنترنت، والمدونات التعليمية عبارة عن صحيفة مصغرة يحررها مدون واحد أو أكثر على شبكة الويب، وتتألف من منشورات تعليمية منوعة أو باختصاص محدد يحتوي على مقالات وأبحاث ومنشورات ودراسات تكون مرتبة من الأحدث إلى الأقدم (منور، 2009: 101). وتمكن المدونات المستخدم من نشر ما يريد على الأنترنت مع إمكانية حفظ ما ينشر بطريقة منظمة يمكن الرجوع إليها، كما تسمح للقارئ بالتعليق وإبداء رأيه سواء باسمه أو باسم مستعار وبذلك تتم العملية التفاعلية والتكاملية، بين الكاتب والقارئ، ما يجعل المادة طيعة قابلة للتفاعل البناء المتطور (أبو عيشة، 2009: 151).
- **الأنشطة الطلابية الجامعية:** وهي كل ما تقدمه الجامعة لطلابها من أنشطة ثقافية (علمية وفنية)، وأنشطة اجتماعية، ورياضية على مستوى الكليات وعلى مستوى الجامعة، وتشمل تلك الأنشطة: المسابقات والمحاضرات والندوات والدورات، ونادي الجوالة والرحلات ومشروع تشغيل الطلاب ومشروع التبرع بالدم والحفلات والمهرجانات والمعارض والمخيمات والمسارح الفنية وغيرها، بالإضافة إلى الأنشطة الرياضية المتنوعة (السبيعي، 2006: 11).

رابعا: الاستنتاجات.

- برز الإعلام التربوي كإعلام متخصص بمجال التربية والتعليم في منتصف القرن الماضي، وتتمثل مهمته الرئيسية في استثمار وسائل الإعلام العامة والمتخصصة وتوظيفها بما يسهم في تحقيق الأهداف التربوية المنشودة.
- يعد الإعلام التعليمي جزء من الإعلام التربوي، وأحد أهم تطبيقاته العملية التي تسهم بشكل كبير في خدمة العملية التعليمية وتحقيق الأهداف التربوية التي أنشئت من أجلها المؤسسة التعليمية.
- يشكل الإعلام المدرسي الجانب التطبيقي للإعلام التربوي، وفرعا من فروع الإعلام التعليمي، ونشاطا هاما يساعد في تحقيق الأهداف التربوية العامة على مستوى المدرسة.
- الإعلام الجامعي مستوى متقدم من مستويات الإعلام التربوي وتطبيقاته في المؤسسات التعليمية، إذ يمثل أهم مؤسسة تعليمية (الجامعة) تقع على رأس الهرم التعليمي.

قائمة المصادر و المراجع.

1. أحمد، فواد علي (2013). دور الإعلام الجامعي في ترويج المعرفة العلمية في جامعات اقليم كوردستان، **بحث منشور بمجلة سكول للعلوم الإنسانية**، العدد (3)، المجلد الثاني، جامعة السليمانية، العراق.
2. إمبابي، علي (2007). **الإعلام التربوي المسموع في المؤسسة التعليمية**. العلم والإيمان للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
3. البدر، حمود (1989). الحاجة إلى مجلس إعلامي تربوي لدول الخليج، **بحث منشور في مجلة كلية الآداب**، العدد1، المجلد13، جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية.
4. الجندي، محمد حسن علي، (2008). الإعلام المدرسي في ضوء ثورة المعلوماتية في الحلقة الثانية من التعليم الأساسي. **دراسة تقويمية**، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، مصر.
5. حمدان، محمد (2004). العلاقة بين الاعلام والتربية في الوطن العربي. **ورقة مقدمة إلى ندوة معهد الصحافة وعلوم الاخبار بتونس خلال الفترة 5-7 ابريل/ 2004**، تونس، تونس.
6. الخطيب، محمد بن شحاته وآخرون (2004). **أصول التربية الإسلامية**. دار الخريجين للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية.
7. دحمري، ماجدة (2014). تطور مستوى الوعي المهني لدى الطلبة تبعا لمستوياتهم التكوينية على ضوء خدمات التوجيه الجامعي. **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية العلوم الاجتماعية بجامعة الوادي، الجزائر.
8. دراغمة، رافع أحمد أبو الزيت (2011). دوائر العلاقات العامة في الجامعات الفلسطينية في بناء علاقات مع مجتمع الطلبة: (دراسة مسحية مقارنة)، **أطروحة دكتوراه غير منشورة**، كلية الصحافة والإعلام بجامعة لاهاي، هولندا.
9. الدريس، محمد علي (2004). رؤية جديدة للإعلام التربوي في المملكة العربية السعودية، **اللقاء الاول لمسؤولي الإعلام التربوي في دول الخليج 1/ 2003/5**، الرياض، السعودية.
10. الذيفاني، عبدالله أحمد (2006). **الإعلام التربوي**. الطبعة الأولى، مركز التأهيل والتطوير التربوي، جامعة تعز، اليمن.
11. رجب، مصطفى أحمد، (1989). الإعلام التربوي في مصر، واقعه ومشكلاته. **رسالة دكتوراه منشورة**، كلية التربية، جامعة أسيوط، مصر.
12. الرعوي، محمد علي (2014). تصور مقترح للكفايات اللازمة للعاملين في إدارات الإعلام التربوي بالجمهورية اليمنية في ضوء الاتجاهات الإعلامية الحديثة. **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية التربية، جامعة اب، اليمن.
13. رفاعي، عقيل محمود (2008). **الإعلام التربوي: دراسات مقارنة**. دار الجامعة الجديدة، القاهرة، مصر.
14. زريزب، عظيم كامل وآخرون (2011). الإعلام الجامعي في العراق، دراسة ميدانية لخصائص العاملين والنشر الصحفي والرضا الوظيفي، **بحث منشور بمجلة كلية الآداب**، العدد (99)، جامعة بابل، العراق.
15. سعد الدين، محمد منير (1995). **التربية الإعلامية**. المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان.
16. شكري، عبد المجيد، (2004). **الأسس التربوية والإعلامية للصحافة المدرسية**. الطبعة الأولي، دار الفكر العربي، مدينة نصر، القاهرة، مصر.
17. الضبياني، عامر محمد (2018). استراتيجية مقترحة لتطوير إدارات الإعلام الجامعي في الجمهورية اليمنية. **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية التربية، جامعة ذمار، اليمن.
18. عباس، بشرى تيسير (2014). **الإعلام المتخصص الحديث**. الطبعة الأولى، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
19. عبدالرزاق، انتصار إبراهيم؛ والساموك، صمد حسام (2011). **الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة**. الكتاب الأول من سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بغداد، العراق.
20. عقيل، محمد عقيل (1997). دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي الاجتماعي في مرحلة التعليم الأساسي في ضوء خبرات بعض الدول. **أطروحة دكتورة غير منشورة**، كلية التربية بنها، جامعة الزقازيق، مصر.
21. عمر، السيد أحمد مصطفى (1997). **الإعلام المتخصص**. الطبعة الأولى، منشورات جامعة بنغازي، بنغازي، ليبيا.
22. فضلون، زهرة (2014): الإعلام الجامعي في التوجيه الأكاديمي والمهني للموارد البشرية المتعلمة. دراسة ميدانية بجامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي، **بحث منشور بمجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد (17)، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.
23. القحطاني، نوف بن دغش (2006). الإعلام التربوي ودوره في تفعيل مجالات العمل المدرسي، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية التربية، جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية.

24. المطيري، لافي سعيد (2009). دور برامج الإذاعية المدرسية في تعزيز قيم الانتماء الوطني. **رسالة ماجستير غير منشورة،** قسم العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية.
25. المليكي، حمود محسن قاسم (2009). بناء أنموذج لتطوير الإعلام التربوي في الجمهورية اليمنية في ضوء أسس التربية، **أطروحة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية، جامعة تعز، اليمن.
26. المليكي، حمود محسن قاسم (2015). **الإعلام التربوي.** الطبعة الأولى، مكتبة الاوائل الجامعية، ذمار، اليمن.
27. الموسوي، موسى جواد؛ وآخرون (2012). **الإعلام والتسويق الجامعي: استراتيجية الوصول الى المجتمع.** الكتاب الثاني سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، الدار الجامعية للطباعة والنشر، جامعة بغداد، العراق.
28. ناصر، محمود (2001). **الإعلام المدرسي: أفكار وتجارب**، الطبعة الأولى، دار المروة للطباعة، الإسكندرية، مصر.